



# Övervakning av det svenska detalj- handelsmonopolet för alkoholdrycker

- Rapport till Europeiska kommissionen  
juni 2013



# Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen juni 2013

Konkurrensverket juni 2013

Skriven av: Cecilia Maxe Aglinder



## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Konkurrensverkets uppdrag .....</b>	<b>4</b>
1.1	Konkurrensverkets uppdrag.....	4
1.2	Uppdragets genomförande .....	4
<b>2</b>	<b>Inköp och försäljning .....</b>	<b>6</b>
2.1	Systembolagets nya sortimentsmodell .....	6
2.1.1	Bakgrund.....	6
2.1.2	Nuläge .....	6
2.1.3	Synpunkter till Systembolaget från leverantörer .....	7
2.1.4	Artiklar i modul T9.....	9
2.2	Hemleveranser, internetbeställningar, matlagningsviner .....	10
2.2.1	Hemleveranser .....	10
2.2.2	Internetbeställningar .....	11
2.2.3	Matlagningsviner.....	12
2.3	Systembolagets tvister.....	12
<b>3</b>	<b>Privata internetaktörer.....</b>	<b>14</b>
<b>4</b>	<b>Klagomål och synpunkter .....</b>	<b>16</b>
4.1	Systembolagets lagerstyrningsverktyg.....	16
4.2	Systembolagets inköpsrutiner.....	18
4.3	Logistikkostnader .....	19
<b>5</b>	<b>Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden .....</b>	<b>21</b>
<b>6</b>	<b>Försäljning och konsumtion av alkohol.....</b>	<b>22</b>
6.1	Systembolagets försäljning .....	22
6.1.1	Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställnings Sortiment.....	22
6.1.2	Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice.....	23
6.2	SoRADs rapportering.....	24
6.2.1	Den totala alkoholkonsumtionen .....	25
6.2.2	Alkoholdrycker beställda via internet.....	25
<b>7</b>	<b>Sammanfattande kommentar .....</b>	<b>27</b>

# 1 Konkurrensverkets uppdrag

## 1.1 Konkurrensverkets uppdrag

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om Systembolagets detaljhandelsmonopol. För att Sverige skulle få behålla monopolet ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) att alla effekter som är diskriminerande mellan nationella och importerade varor måste avlägsnas. Vid protokollförda samtal mellan företrädare för den svenska regeringen och berörda tjänstegrenar inom kommissionen angavs vissa förutsättningar för att detaljhandelsmonopolet skulle anses fungera icke-diskriminerande. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminering avses följande:

- Inköps- och försäljningsvillkor för alkoholdrycker ska vara objektiva.
- Villkoren ska tillämpas likvärdigt på medborgare och produkter i gemenskapen.
- Villkoren ska vara transparenta.

I enlighet med överenskommelsen vid Sveriges anslutning till EU ska Konkurrensverket utöva tillsyn över detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket<sup>1</sup>. Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan den 1 januari 1995.

## 1.2 Uppdragets genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för de åtgärder som har vidtagits eller avser att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden och som kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet.

Konkurrensverket har i tidigare rapporter redogjort för Systembolagets inköpsprocess och sortimentsmodell samt för utvecklingen av konsumtion och försäljning på den svenska alkoholmarknaden. Tidigare rapporter har även behandlat avvikelser från Systembolagets inköpsprocess samt Systembolagets åtgärder mot korrruption m.m. Vidare har Konkurrensverket löpande rapporterat om vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EG-

---

<sup>1</sup> Förordning (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket, 4§

domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet<sup>2</sup> samt EG-domstolens dom om fördragsbrott<sup>3</sup> vilka rörde reglerna för privatimport av alkoholvaror och delvis utgjorde bakgrunden till att den svenska regeringen i september 2007 tillsatte Alkohollagsutredningen. De två domarna föranledde vissa ändringar i den svenska alkohollagen redan år 2008. Konkurrensverket har även rapporterat om den nya alkohollagen som trädde i kraft den 1 januari 2011 samt om Gårdsförsäljningsutredningen.

I förra årets första rapport (juni 2012) redogjordes för Systembolagets nya sortimentsmodell som började implementeras under hösten 2012 och som avses vara slutligt införd i början av hösten 2013. Förevarande rapport innehåller viss kompletterande information avseende den nya modellen. Vidare rapporterar Konkurrensverket bl.a. om Systembolagets e-handelsförsäljning och försöksverksamhet med hemleveranser. Klagomål på Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket refereras liksom ärenden som behandlats av Alkoholsortimentsnämnden under år 2012. Siffror på Systembolagets försäljning under år 2012 presenteras och statistik från SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning) gällande konsumtionen av alkoholdrycker refereras. Avslutningsvis ges en sammanfattande kommentar.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget och SoRAD. Frågor har även ställts till bl.a. Alkoholsortimentsnämnden och berörda branschorganisationer.

Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

---

<sup>2</sup> Mål C-170/04 Rosengren m.fl.

<sup>3</sup> Mål C-186/05 kommissionen mot Sverige

## 2 Inköp och försäljning

### 2.1 Systembolagets nya sortimentsmodell

#### 2.1.1 Bakgrund

Systembolaget påbörjade under år 2010 en genomlysning av sitt arbetssätt och kunderbjudande för att i framtiden kunna möta olika kundgruppers förväntningar bättre. Med anledning av detta har Systembolaget återkommande bjudit in sina leverantörer till diskussioner rörande vad som skulle kunna förbättras i Systembolagets sortimentsmodell. Systembolaget har dokumenterat leverantörernas synpunkter och delgett leverantörerna den samlade bilden av förändringsönskemålen.

#### 2.1.2 Nuläge

I maj 2012 presenterade Systembolaget sin nya sortimentsmodell. Den 1 oktober 2012 genomfördes en större förändring av Systembolagets inköpsvillkor med anledning av den nya modellen. I samband med att Systembolaget kommunicerade förändringarna i inköpsvillkoren till leverantörerna informerade Systembolaget även om vilka övergångsregler som kommer att gälla under införandefasen (längst t.o.m. den 31 augusti 2013). Den nya sortimentsmodellen införs gradvis och planeras vara slutligt införd i början av hösten 2013.

Konkurrensverket gav en utförlig beskrivning av den nya sortimentsmodellen i sin rapport till kommissionen i juni 2012. I korthet innebär modellen ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, samt införande av flera sortimentsmixar och tätare sortimentsskiften. Systembolagets syfte med modellen är att man bättre ska anpassa sortimentet efter kundbehovet och skapa större flexibilitet för kunderna.

Även för leverantörernas del innebär den nya modellen förändringar. Sortimentet kommer att utvärderas med kortare intervaller, och artiklar i beställningssortimentet kommer att delta i samma utvärderings- och rankingprocess som artiklar i det fasta sortimentet.<sup>4</sup> Artiklar kommer att utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett, inte enbart efter försäljningen i de butiker där de finns. För att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker kommer varje artikels bidrag därför att viktas. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation. Alla leverantörer kommer att få en veckovis preliminär ranking via Leverantörsportalen där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment. Leverantörerna kommer emellertid att kunna se endast sina egna artiklars namn i Leverantörsportalen. För övriga artiklar visas endast poäng. Systembolaget

---

<sup>4</sup> En leverantör vars artikel kvalificerat sig från beställningssortimentet till det fasta sortimentet kan dock alltid välja att avstå från att lansera artikeln i det fasta sortimentet.



kommer dock, som tidigare, att erbjuda intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. De historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

En konsekvens av den nya sortimentsmodellen är enligt Systembolaget att antalet artiklar som är lagerstyrda på butik kommer att öka från cirka 1600 till cirka 2000. Samtidigt kommer det att vara färre artiklar som finns på samtliga butiker. En artikels placering i butik beror på det av Systembolaget bestämda antalet positioner (artiklar) i sortimentsmixplanen och placeringen i rankinglistan för respektive segment och behov.

Två förändringar som har omedelbar koppling till införandet av den nya modellen är dels att Systembolaget sedan den 1 oktober 2012 har avvecklat den s.k. konsumentpanelen, dels att avtalstiden för de nyheter som lanserades i fast sortiment per den 1 oktober 2012 är elva istället för tolv månader och fr.o.m. den 1 mars 2013 sex månader. Skälet till att konsumentpanelen avvecklats är enligt Systembolaget att den spelat ut sin roll i och med införandet av den nya modellen. Lansering via panelen har varit begränsad till en viss andel artiklar som kunnat ta plats i det fasta sortimentet och har inneburit att "dubbletter" lanserats långt efter det att den första lanseringen varit aktuell. Den nya sortimentsmodellen innebär enligt Systembolaget att förutsättningarna för marknadsstillträde för nya artiklar förbättras väsentligt. Detta sker bl.a. genom att antalet nyheter som lanseras i fast sortiment ökar och att nyheterna i större utsträckning än tidigare poängberäknas och rankas och således kan bli kvar i det fasta sortimentet. Det sker även genom att artiklar i beställnings-sortimentet poängberäknas och rankas för eventuell flyttning till det fasta sortimentet och genom att sådana byten ger butikstäckning direkt (modul T9 tas bort, se vidare under avsnitt 2.1.4. nedan).

### 2.1.3 Synpunkter till Systembolaget från leverantörer

De synpunkter och klagomål som Systembolaget mottog från leverantörer under år 2012 redovisades i Konkurrensverkets förra rapport till kommissionen (december 2012). Sedan dess uppger Systembolaget att man framför allt mottagit synpunkter och frågor rörande den nya sortimentsmodellen. Frågorna har huvudsakligen kommit från enskilda leverantörer som undrat hur just deras produkter kommer att påverkas. En leverantör har framfört klagomål på regeln om volymkorrigerering då leverantören anser att den på ett otillbörligt sätt missgynnar en av hans artiklar. Systembolaget delar inte leverantörens uppfattning och har i korrespondens avvisat påståendena.

Systembolaget har även mottagit klagomål från en leverantör rörande ett beslut som Systembolaget fattade under hösten 2012. Klagomålet rör det faktum att Systembolaget lanserade en artikel trots att den hade en högre sockerhalt än vad som ursprungligen hade efterfrågats i underliggande offertförfrågan. Systembolaget uppmärksammade avvikelser i sockerhalten först i samband med de kvalitets-

kontroller som Systembolaget genomför inför lansering. Systembolaget uppmärksammade då att leverantören redan i sin offert hade angett den högre sockerhalten utan att Systembolaget hade uppmärksammat felet. När avvikelserna upptäcktes hade Systembolaget ett bindande inköpsavtal med leverantören av artikeln som man saknade möjlighet att säga upp. För att den artikel som borde ha vunnit den aktuella offertförfrågan (men istället kom tvåa) inte skulle missgynnas valde Systembolaget att lansera båda artiklarna. Detta uppmärksammades av en tredje leverantör som hade deltagit i offertförfarandet. Leverantören var missnöjd med Systembolagets beslut då det enligt honom var felaktigt och orättvist. Systembolaget delar inte leverantörens uppfattning och har haft en dialog med leverantören som fått information om bakgrunden och orsaken till Systembolagets beslut.

En grupp av fem leverantörer (inom samma företagsgrupp) anser att det är felaktigt agerat av Systembolaget att inte tillåta kunder att beställa artiklar via e-beställningstjänsten till de butiker där de lagerförs och följaktligen finns tillgängliga direkt på hyllan eftersom artiklar ibland är slut på hyllan eller endast finns i begränsad mängd. De menar också att Systembolagets webbplats har för låg kapacitet i förhållande till antalet användare (kunder) vilket enligt leverantörerna leder till att den uppfattas som långsam. Systembolaget, som träffat berörda leverantörer för att diskutera de framförda synpunkterna, har förklarat följande. Systembolaget är av sin ägare ålagt att bedriva sin verksamhet på ett rationellt ekonomiskt sätt. Det vore ekonomiskt oförsvarbart att ge kunderna möjlighet att, via e-service, beställa artiklar som redan lagerförs på den butik där kunden önskar hämta ut artiklarna. Om Systembolaget hade gett sina kunder en sådan möjlighet bedömer Systembolaget att det skulle medföra avsevärda kostnadsökningar och effektivitetsförluster inom bl.a. områdena logistik, distribution, lagerhantering och varuhantering i butik. Vad gäller webbplatsens kapacitet delar Systembolaget inte fullt ut leverantörernas åsikter. Systembolaget är dock medvetet om att tekniken bakom olika internetbaserade verktyg konstant förbättras och att snabbare och mer användarvänliga lösningar löpande blir tillgängliga. Systembolaget uppger att man därför kontinuerligt arbetar med att utveckla och förbättra olika aspekter av sin webbplats. Den senaste större förbättringsåtgärden genomfördes den 8 mars 2013 och innebar att svarstiderna särskilt i avsnittet "Söka dryck" förkortades.

Synpunkter på Systembolagets hantering av offerter är något som Systembolaget kontinuerligt tar emot. Mot bakgrund av Systembolagets ställning som statligt handelsmonopol anser Systembolaget att det är viktigt att man upprätthåller vissa principer för när en offert kan godtas eller inte. Uppenbara felskrivningar från en leverantör kan förbises men tvetydiga, utelämnade eller felaktiga uppgifter innebär att offerten avvisas. Systembolaget har haft en dialog med bl.a. Sprit- och Vinleverantörsföreningen för att utvärdera om det finns möjlighet att gemensamt se till att antalet avvisade offerter minskar.

Under år 2012 tog Systembolaget emot 7 040 offerter avseende kommande lanseringar i fast sortiment. Av dessa avvisades 861 offerter, dvs. ca 12 procent, p.g.a.

formella fel. Med formella fel menas att offerten innehöll en eller flera formella brister gällande pris, ursprung eller varukategori.

Den dialog som Systembolaget har fört med bl.a. branschorganisationen Sprit- och vinleverantörsföreningen har bidragit till att Systembolaget under det senaste året ytterligare förtydligat de assisterande inköparnas roll visavi inköparna. I syfte att säkerställa en homogen behandling är de assisterande inköparna nu fullt ut ansvariga för den formella granskningen av offerter. Systembolaget har även publicerat en FAQ (Frequently Asked Questions) rörande offertblanketten på Leverantörsportalen i syfte att ge leverantörerna direkt tillgång till svaren på de vanligaste återkommande frågorna till Systembolaget från leverantörskollektivet.

#### 2.1.4 Artiklar i modul T9

Såväl Systembolaget som Konkurrensverket har tidigare mottagit kritiska synpunkter från vissa leverantörer beträffande modul T9 i Systembolagets gamla sortimentsmodell. T9 är den modul där artiklar från beställningssortimentet vilka kvalificerat sig till det fasta sortimentet initialt placeras och där artiklar som inte har kvalificerat sig för lagerföring i Bas-modul – modul T3 hamnar. De allra flesta artiklar i T9 placeras på butik men det finns ingen garanterad butikstäckning.<sup>5</sup>

Artiklar i modul T9 ingår i det ordinarie sortimentet och kunde under en period inte beställas via Systembolagets e-beställningstjänst. Enligt leverantörerna innebar detta att artiklar i modul T9 som inte placerats på butik hade väldigt begränsade möjligheter att nå ut till konsumenterna.

Sedan i mitten av januari 2013 är artiklarna i modul T9 beställningsbara via Systembolagets e-beställningstjänst. T9:orna är också tillgängliga via e-beställningstjänsten för hemleverans i de försöksområden där Systembolaget erbjuder sådana leveranser. Systembolaget framhåller även att T9-artiklarna finns på Systembolagets varudepå för leverans till de kunder som gör beställning i butik samt i de butiker som har sådana artiklar som lokalt val.

Genom införandet av Systembolagets nya sortimentsmodell kommer modul T9 att försvinna. Under en övergångsperiod finns den dock kvar. Den sista sortimentsutvärderingen enligt den gamla sortimentsmodellen skedde i januari 2013. Resultatet av den utvärderingen gav förändringar i modultilldelning från den 1 april 2013. De artiklar som då placerades i modul T9 innehar den placeringen till den 30 augusti 2013 (fem månader). Från och med den 1 april 2013 ingår artiklar i beställningssortimentet per automatik i sortimentsutvärderingen vilket ger möjlighet till byte till det fasta sortimentet. Den första utvärderingsperioden enligt den nya sortimentsmodellen sträcker sig från den 1 april 2013 till och med den 30 juni 2013. De artiklar

---

<sup>5</sup> Den 31 december 2012 fanns det 589 artiklar i modul T9. Systembolaget lagerförde 582 av dessa på 417 olika butiker.

som klarar aktuell bidragsgräns för relevant sortimentsmix erhåller butiksdistribution från den 1 september 2013 (då är modul T9 f.ö. borttagen).

Under avsnitt 4 i denna rapport redovisas klagomål som relaterar till artiklar i modul T9.

## 2.2 Hemleveranser, internetbeställningar, matlagningsviner

### 2.2.1 Hemleveranser

Regeringen gav i september 2012 Systembolaget klartecken att göra försök med hemleveranser av alkoholdrycker i hela eller delar av maximalt sex län i Sverige.<sup>6</sup> Försöket påbörjades i mindre skala i november 2012 med postorterna Sollentuna, Johanneshov och Bromma vilka samtliga ligger i Storstockholm. Därefter tillkom postorten Nacka som även den ligger i Storstockholm. Under våren 2013 utökades försöket till att omfatta några postorter i andra delar av Sverige, närmare bestämt Göteborg, Mölndal, Askim, Uppsala, Borås och Brämhult. Försöket inleds i full skala efter sommaren 2013 och kommer då att pågå i 12 månader i maximalt sex län – både storstad och landsbygd.

Tjänsten riktar sig till privatpersoner. Beställning och betalning sker på Systembolagets webbplats [systembolaget.se](http://systembolaget.se). Hemleveranser sker tidigast tre dagar efter beställning och endast under Systembolagets öppettider på vardagar (måndag-fredag kl 10-20). Vid utlämning av varorna sker en obligatorisk legitimationskontroll. Ingen försäljning eller utlämning ska ske till personer under 20 år eller till berusade personer eller när det anses föreligga risk för langning. Leveranskostnaden beror på beställningens omfattning. Ett kolli, vilket motsvarar upp till tolv flaskor, kostar 220 kronor. Det finns en maxgräns på åtta kollin (96 flaskor) per beställning.

Från försökets start i november 2012 till och med mars 2013 hemlevererades 244 ordrar vilka utgjorde 0,05 procent av det totala antalet kundbeställningar under denna tid. Antalet artiklar per order var i genomsnitt 12,9 och snittpriset per order var 1 839 kronor inklusive moms. Det totala ordervärdet på samtliga hemleveranser uppgick till 448 825 kronor inklusive moms.

Försöket med hemleveranser utformas i samråd med erfarna alkoholforskare och i dialog med lokalpolitiker. I valet av orter tas hänsyn till om det finns en vana hos kunderna att använda den nuvarande e-beställningstjänsten med utlämning i butik. Hemleveransförsöket kommer att följas och löpande utvärderas med avseende på eventuella konsumtionsförändringar. En alkoholforskare och en professor i socio-

---

<sup>6</sup> De ändringar i ägaravtalet mellan staten och Systembolaget som krävdes för att Systembolaget ska kunna utföra hemleveranser har gjorts.

logi granskar försöket. Utifrån erfarenheterna kommer beslut att fattas huruvida erbjudande av hemleveranser ska göras bestående och i så fall under vilka förutsättningar.

Sedan den 13 maj 2013 erbjuder Systembolaget hemleverans till folkbokföringsadressen av samtliga artiklar som Systembolaget säljer, dvs. såväl ur det fasta sortimentet som ur beställningssortimentet. Under år 2013 tittar Systembolaget på möjligheterna att erbjuda leverans till valfri adress inom försöksområdena.

## 2.2.2 Internetbeställningar

I februari 2011 lanserades Systembolagets nya webbplats där det är möjligt att beställa produkter för uthämtning i valfri Systembolagsbutik. Inledningsvis var det endast varor ur beställningssortimentet som kunde beställas via e-beställningstjänsten. Systembolaget har därefter stegvis gjort en större del av sortimentet tillgängligt för e-beställning. Idag är allt tillgängligt utom Fast sortiment modul bas - T3. Även denna del kommer dock att göras beställningsbar via nätet under innevarande år.

Systembolagets målsättning är att samtliga artiklar oavsett sortiment ska vara tillgängliga via e-beställningstjänsten i samtliga leveranskanaler (butik, ombud och i aktuella områden hemleverans) under första kvartalet 2014. Ett första mål är att alla artiklar ska vara beställningsbara till butik under tredje kvartalet 2013 (med alla avses i detta sammanhang de artiklar som inte redan finns på hyllan i önskad butik). Redan idag finns hela sortimentet tillgängligt för hemleverans i aktuella områden enligt hemleveransförsöket.

Systembolagets e-beställningstjänst är även möjlig att använda via mobila enheter såsom surfplattor och mobiltelefoner. I november 2012 gjordes en uppdatering av Systembolagets hemsida för att förbättra användbarheten för kunder som vill använda mobiltelefon vid beställning via internet.

Av Systembolagets totala försäljning under år 2012 hade ett värde om cirka 176,5 miljoner kronor föregåtts av beställningar via Systembolagets internetbeställningstjänst. Detta utgjorde cirka 0,56 procent av den totala försäljningen om cirka 31,3 miljarder kronor.

Vidare hade ett försäljningsvärde om ca 517,8 miljoner kronor föregåtts av kundbeställningar i butik.<sup>7</sup> Nämnade summa utgjorde cirka 1,65 procent av den totala försäljningen om cirka 31,3 miljarder kronor.

---

<sup>7</sup> Fram till den 25 juni 2012 gick det också att faxa in beställningar.

### 2.2.3 Matlagningsviner

I mitten av juni 2013 rapporterades i media att risviner med en alkoholhalt på 14 procent säljs i vanliga livsmedelsbutiker i Sverige. Vinerna säljs som matlagningsviner och finns inte på Systembolaget.

Detaljhandel med alkoholhaltiga drycker får enligt alkohollagen bedrivas endast av Systembolaget. Sedan den 1 januari 2011 är dock handeln med alkoholhaltiga preparat fri, efter en ändring i nämnda lag. Det är i första hand syftet med en produkt som avgör om den är en alkoholdryck eller ett alkoholhaltigt preparat. Är syftet med produkten att man ska förtära den som en dryck, dvs. finns inget annat ändamål, ska den räknas som en alkoholdryck. Om syftet istället är att produkten ska användas t.ex. som smaksättare vid matlagning så är den ett alkoholhaltigt preparat. Då ska den också innehålla salt och peppar och kanske andra kryddor som hindrar att den används i missbrukssyfte. Någon övre gräns för hur mycket alkohol ett matlagningsvin får innehålla finns inte idag.

Statens folkhälsoinstitut (FHI) uppger att varken FHI eller Läkemedelsverket (som tidigare var tillstånds- och tillsynsmyndighet) har fått indikationer på att matlagningsvin missbrukats. FHI uppger dock att man öppnat ett ärende med anledning av uppgifterna om att matlagningsvin säljs i vanliga livsmedelsbutiker, och att man avser att ta in varuprover för analys. FHI har sedan lagändringen arbetat med att ta fram ett förslag till nya föreskrifter som kommer att reglera mer i detalj hur vissa alkoholhaltiga preparat, bl.a. matlagningsvin, ska vara sammansatta. Innan beslut om föreskrifterna kan fattas måste förslaget emellertid notifieras hos EU-kommissionen varefter FHI har att svara på kommissionens och medlemsstaters eventuella frågor och kommentarer. Denna process kan ta flera månader.<sup>8</sup>

Systembolaget uppger i media att man inte tagit in de aktuella vinerna i sitt sortiment eftersom det inte funnits någon efterfrågan på dem. Om det konstateras att det verkligen rör sig om vin, dvs. alkoholhaltiga drycker, och om det finns en efterfrågan, säger Systembolaget att leverantörer är välkomna att lista sina produkter i beställningssortimentet. Om det däremot konstateras att de aktuella produkterna är alkoholhaltiga preparat ska de inte säljas av Systembolaget.

### 2.3 Systembolagets tvister

Konkurrensverket har tidigare rapporterat till europeiska kommissionen om de straffrättsliga processer avseende mutor och bestickning med anknytning till Systembolaget som avslöjades år 2003.

I sin rapport till kommissionen i juni 2012 redogjorde Konkurrensverket utförligt för bakgrunden till den tvist som Systembolaget för närvarande har med V & S Vin

---

<sup>8</sup> Pressmeddelande från Statens folkhälsoinstitut den 17 juni 2013.

& Sprit AB<sup>9</sup> samt den skiljedom som meddelades i februari 2012. Systembolaget anser att skiljedomen är grovt felaktig och har till Svea hovrätt lämnat in en ansökan om stämning mot V&S Vin & Sprit gällande talan om ogiltighet och klander av skiljedomen. V&S Vin & Sprit bestrider Systembolagets talan och begär ersättning för rättegångskostnader. Systembolaget yttrade sig över V&S Vin & Sprits svaromål i november 2012. Härvid tillbakavisade Systembolaget V&S Vin & Sprits argument. Systembolaget hänvisade även i kompletterande inlägga till en skiljedom i tvist mellan Systembolaget och Philipson Söderberg AB (se nedan). Under våren 2013 har skriftväxling pågått, och i april hölls en muntlig förberedelse i Svea Hovrätt. Huvudförhandling i målet ska hållas i mitten av september 2013. Konkurrensverket avser att bevaka och rapportera om händelseutvecklingen i kommande rapporter till kommissionen.

Systembolaget har även haft en tvist med Philipson Söderberg AB som är en annan leverantör av alkoholhaltiga drycker. I början av år 2003 gjorde Systembolaget en polisanmälan mot fem butikschefer och tre leverantörer som misstänktes för att ha agerat brottsligt och brutit mot leverantörspolicyn. Personal hos såväl Systembolaget som leverantörerna, bl.a. Philipson Söderberg, kom senare att åtalas och dömas för mut- och bestickningsbrott. Efter att förundersökningen avseende dessa brott hade slutförts, så Systembolaget upp ett antal inköpsavtal mellan Systembolaget och Philipson Söderberg avseende vissa produkter, under påstående att Philipson Söderberg hade begått avtalsbrott. Skiljeförfarandet initierades av Philipson Söderberg och parterna har tvistat i frågan huruvida Systembolaget till följd av uppsägningarna varit skadeståndsskyldigt mot Philipson Söderberg. I skiljedom den 23 november 2012 ogillades Philipson Söderbergs talan. Skiljenämnden konstaterade att Systembolaget haft civilrättslig grund att säga upp avtalen. Vidare ansåg skiljenämnden inte att det kunnat visas att Systembolaget genom uppsägningarna agerat i strid med tillämplig konkurrensrättslig lagstiftning.

---

<sup>9</sup> Bolaget heter numera The Absolut Company AB. Eftersom det gick under namnet V&S Vin & Sprit AB när tvisten uppstod används namnet V&S Vin & Sprit AB i denna rapport.

### 3 Privata internetaktörer

EG-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet år 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes därmed i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand.<sup>10</sup> Detta betyder att det är tillåtet för en transportör att bistå en privatperson med en transporttjänst när denne för in alkoholdrycker för personligt bruk i Sverige.

Internethandelns del av den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige är liten.<sup>11</sup> De senaste åren har den, enligt SoRAD, legat på 0,5 procent. På senare år har dock en rad företag etablerats i Sverige vilka erbjuder svenska konsumenter att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen.<sup>12</sup> Antalet personer som handlar alkoholdrycker via internet har enligt SoRAD ökat på senare år.<sup>13</sup> Nykterhetsorganisationen IOGT-NTO har betraktat detta som en oroande utveckling. I november 2011 lämnade IOGT-NTO därför in en anmälan till Ekobrottsmyndigheten mot tio företag som bedriver förmedling av alkoholdrycker över internet. Ärendet skickades sedermera till City Åklagarkammare i Stockholm där åklagare under hösten 2012 fattade beslut om förundersökning.<sup>14</sup> Sammanfattningsvis menar IOGT-NTO att verksamheterna i de anmälda företagen utgör en sådan fullständig försäljningskedja som kan likställas med detaljhandel av alkoholdrycker. Eftersom Systembolaget har lagligt monopol på detta menar IOGT-NTO att verksamheterna strider mot alkohollagen.

I maj 2012 beslutade regeringen att tillsätta en utredning gällande marknadsföring av alkoholdrycker och tobak samt tillsyn och ålderskontroll vid internethandel och hemleverans av alkoholdrycker.<sup>15</sup> Bakgrunden var bl.a. att Konsumentverket och Alkoholleverantörernas granskningsman uttryckt ett behov av förtydliganden av de regler som gäller för tillsynen av internethandeln och den marknadsföring av internethandel som förekommer direkt till konsument. Vidare har Statens folkhälsoinstitut framfört att myndigheten saknar möjligheter att utöva tillsyn över den internethandel och hemleverans av alkoholdrycker till konsumenter som vuxit fram på senare år. Kommunerna har inte heller något tillsynsansvar. Resultatet av utredningen skulle ha redovisats den 1 april 2013 men genom tilläggsdirektiv har utredningstiden förlängts. Nytt datum för redovisning av resultatet är den 1 juli 2013.

---

<sup>10</sup> Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

<sup>11</sup> I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget.

<sup>12</sup> Antalet verksamma aktörer i Sverige som registrerat sig vid Skatteverket som distansförsäljare uppgick vid årsskiftet 2012/2013 till 78 stycken. Per den 11 juni 2013 fanns det 91 stycken.

Vid årsskiftet 2008/2009 var de ca 15 stycken.

<sup>13</sup> "Internetalkohol – en kartläggning av självrapporterande alkoholbeställningar via internet 2004-2012" (Forskningsrapport 65-2012 från SoRAD)

<sup>14</sup> Ärendenummer AM20847-12.

<sup>15</sup> Kommittédirektiv: Dir 2012:43. Avsändare: socialdepartementet.



Konkurrensverket avser att rapportera om utredningens resultat i sin rapport till kommissionen i december 2013. En utförligare beskrivning av utredningsdirektivet finns i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2012.

## 4 Klagomål och synpunkter

### 4.1 Systembolagets lagerstyrningsverktyg

En aktör som tidigare till Konkurrensverket framfört klagomål på Systembolaget (se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2012, sid 15-16), återkom till Konkurrensverket i samma sak i december 2012. I februari 2013 inkom aktören med skrivelse där man anförde vissa nya omständigheter. Aktören meddelade då även att man anmält Systembolagets agerande till kommissionen.<sup>16</sup> Aktören vill uppmärksamma Konkurrensverket och kommissionen på att Systembolaget, i samband med att artiklar i modul T9 gjordes beställningsbara via e-beställningstjänsten i januari 2013, införde vad aktören menar är "nätförsäljningskvoter" på dessa produkter. Enligt leverantören bestämmer Systembolagets lagerdepå, baserat på en artikels försäljningshistorik, det antal flaskor som ska köpas in till depån. Detta lager utgör sedan grunden för respektive, enligt aktören, "nätförsäljningskvot". När antalet e-beställningar uppnår vad aktören menar är kvoten blockeras alla ytterligare beställningar eftersom Systembolaget saknar funktion för restnoteringar. Beställningar kan göras först när Systembolaget köpt in fler flaskor. Den satta kvoten gäller till dess att ny försäljningsprognos gjorts. Även om en importör/leverantör genomför en marknadsföringskampanj, eller om efterfrågan på en artikel ökar efter bra recensioner i pressen e.d., menar leverantören att kunderna p.g.a. "kvotsystemet" är förhindrade att köpa större kvantiteter av artikeln. Enligt leverantören får Systembolaget i sitt funktionssätt inte hindra att produkter ges en rimlig chans att nå ut till svenska konsumenter. Därför, menar leverantören, är det av största vikt att Systembolaget ser till att den efterfrågan på produkter vilka inte finns tillgängliga för försäljning direkt i Systembolagets butiker får genomslag.

Systembolaget har mottagit ett liknande klagomål från den grupp av fem leverantörer som nämnts i avsnitt 2.1.3 (sid 8). Leverantörerna gör gällande att Systembolaget agerar på ett felaktigt sätt när Systembolaget redovisar enbart sitt eget lager saldo på sin webbplats och inte de eventuella större lager som leverantörerna har tillgängliga. Leverantörerna anser att detta påverkar deras möjligheter att bedriva effektiva marknadsföringskampanjer av artiklar i framförallt det fasta sortimentets modul T9.

Systembolaget vänder sig emot termen "nätförsäljningskvoter" då den uppgift om antal tillgängliga artiklar som Systembolaget redovisar via sin e-beställningsfunktion är aktuella lagersaldon för respektive artikel. Denna redovisning gäller f.ö. inte enbart artiklar i modul T9 utan alla artiklar i fast sortiment som går att beställa via e-beställningstjänsten (dvs. detta gällde även innan T9 lanserades i e-beställningstjänsten). Försörjningsstrategin på nätet är densamma som i butik och innebär att beställningar sker utifrån en prognos som baseras på försäljning/mottagna

---

<sup>16</sup> Ärendet har hos kommissionen fått beteckningen CHAP(2012)02954.

kundbeställningar. Webbsaldolösningen är till för att Systembolaget ska kunna ge sina kunder god service.

Systembolaget har bekräftat att man inte har någon funktion för restnoteringar men uppger att man utreder möjligheterna att hitta lösningar för att möjliggöra sådana i det fasta och det tillfälliga sortimentet. En arbetsgrupp är tillsatt men frågans komplexitet gör enligt Systembolaget att man i nuläget inte kan lämna besked om hur en framtida mer permanent lösning kan komma att se ut eller när den kan vara införd. Vidare uppger Systembolaget att man, till att börja med, beslutat att införa en funktion på Systembolagets webbplats som gör det möjligt för kunderna att anmäla intresse för bevakning av artiklar. Om en artikel inte finns tillgänglig när kunden önskar beställa den via nätet kommer kunden att erhålla ett meddelande när artikeln åter finns i lager. Målet är att denna funktion ska vara implementerad under tredje kvartalet i år.

Systembolaget har även uppgett att den del av affärssystemet som skapar prognoser (med månatlig uppdatering) bara är ett av flera verktyg som ligger till grund för Systembolagets bedömningar av framtida efterfrågan. Som ett tillägg till sina ordinarie lagerstyrningsverktyg har Systembolaget byggt upp rapportfunktioner som gör det möjligt för Systembolagets lagerstyrningsfunktion att tillsammans med medarbetare på Systembolagets depåer analysera försäljningen i modul T9. Analyserna sker på daglig basis och inkluderar samtliga beställningar av artiklar i modul T9 i samtliga kanaler, dvs. butik, ombud och e-beställning. De inkluderar dock inte beställningar som inte kunnat tas emot. Vidare har Systembolaget också kompletterat med verktyg som förbättrar möjligheterna att fånga upp den lokala efterfrågan i respektive butik. Detta sker dels genom en analys av försäljningsstatistik av artiklar som sålts/lämnats ut i aktuell butik, oavsett om de lagerförs där (dvs. även artiklar som beställts till butiken via e-beställningsfunktionen eller via kundtjänst inkluderas). Dessutom har Systembolagets butiksmedarbetare sedan i början av mars 2013 möjlighet att digitalt registrera efterfrågan på de artiklar som kunder efterfrågar men som inte lagerförs i aktuell butik. Artiklar med tillräckligt stor kundefterfrågan fångas upp genom en rapport som tas ut centralt varje vecka. Rapporten bygger på data från de senaste fyra veckorna. Om en artikel når tillräckligt hög efterfrågan och försäljning fasas den in i butikens lokala sortiment. För att fastställa att de artiklar som centralt styrs ut i butikens lokala sortiment har en tillräckligt hög efterfrågan finns en butiksunik bidragsgräns som är baserad på butikens säljstyrka inom aktuell kategori. Det finns även en antalsgräns per kategori som måste överstridas och ett minimiantal unika köp som måste uppnås under fyraveckorsperioden. Dessutom kontrolleras att ovan beskrivna aktiviteter har en spridning i tid som överstiger ett visst antal dagar, en s.k. spridningsfaktor.

Sammanfattningsvis anser Systembolaget att de olika verktygen gör det möjligt för Systembolaget att ta hand om det stora flertalet av det totala antalet kundförfrågningar. Genom att beakta data från ordinarie lagerstyrningsverktyg och utgå från den samlade informationen i rapporterna, anser Systembolaget sig kunna göra en bedömning av även förväntad men inte formellt registrerad kundefterfrågan.

Därmed anser Systembolaget att man kan justera sina framtida leverantörsbeställningar i linje med vad kunderna bedöms efterfråga kommande dagar.

Som en tillfällig lösning på problemet med att ingen funktion för restnoteringar finns, har Systembolaget den 15 april 2013 erbjudit de leverantörer som har artiklar i samtliga moduler i det fasta sortimentet att omgående avlista sina artiklar från det fasta sortimentet och istället lista dem i beställningssortimentet. Då går kundordrar direkt till leverantörerna istället för till Systembolagets lagerdepåer. En leverantör har till Konkurrensverket framfört att ökad butikstäckning är det mål leverantörerna strävar efter. Leverantören anser att Systembolagets lösning helt bortser från det faktum att en artikel i det fasta sortimentet förlorar sin tidigare uppbyggda butikstäckning om leverantören väljer att återlansera den i beställningssortimentet.

Konkurrensverket har varit i kontakt med kommissionen och kommer inte att vidta några ytterligare åtgärder med anledning av nämnda skrivelse som inkom till verket i februari 2013. Kommissionen har ännu inte meddelat hur man tänker gå vidare med ärendet.

## 4.2 Systembolagets inköpsrutiner

I maj 2013 mottog Konkurrensverket från en leverantör en inlägga med synpunkter på Systembolagets inköpsrutiner.<sup>17</sup> De problem som leverantören vill påtala med skrivelsen är i allt väsentligt kopplade till vad leverantören definierar som Systembolagets s.k. strategiska lanseringar i det ordinarie sortimentet, rörande s.k. volymviner dvs. viner i de lägre prissegmenten varav en stor del utgörs av Bag-in-box-viner. Enligt leverantören förekommer flera omständigheter vid dessa lanseringar som medför risk för snedvridning av konkurrensen. Den underliggande orsaken till problemen är enligt leverantören att en strategisk lansering innebär stora möjligheter för producenten/importören av det vin som väljs ut att sälja mycket stora volymer på fasta kontrakt och därmed göra omfattande vinster. För de producenter/importörer vilkas viner inte väljs ut återstår alternativet att försöka lansera vinet via beställningssortimentet. Då emellertid endast ca 1 procent av vinförsäljningen sker via beställningssortimentet menar leverantören att det är av stor ekonomisk betydelse för leverantörer om en produkt finns tillgänglig i Systembolagets ordinarie sortiment eller endast i beställningssortimentet.

Enligt leverantören har Systembolaget, i flera av de strategiska lanseringar som gjorts under senare år, inte efterfrågat produkter som marknaden erbjuder utan istället självt "designat" produkter som Systembolagets inköpsavdelning vill lansera. Leverantören ifrågasätter om detta är i överensstämmelse med Systembolagets uppdrag så som det beskrivs i avtalet med staten och om det är i överensstämmelse med reglerna i EUF-fördraget. Det finns enligt leverantören ingenting i nämnda avtal eller regler som ger stöd för att Systembolaget skulle ha laglig möjlighet att efter eget skön skapa produkter som inte finns på marknaden.

---

<sup>17</sup> Dnr 298/2013

Leverantören menar att de produkter som Systembolaget efterfrågar ofta är väldigt specifika till sin natur. Kraven i offertförfrågningarna kan enligt leverantören vara så specifika att, även om flera producenter/importörer kan erbjuda själva produkten, endast ett fåtal uppfyller de formella krav som ställs. Exempel på krav som enligt leverantören ställts i offertförfrågningar är att producenten av vinet måste vara delägare/arrendator i de gårdar där druvorna odlas, att vinet ska omnämnas i s.k. vinguiden för exklusiva viner samt att förpackningen ska prydas av ett familjevapen/vapensköld. De enda skäl som Systembolaget anger för sina specifika krav är enligt leverantören att det är kundefterfrågan som styr. Leverantören ifrågasätter dock detta och anser att det överhuvudtaget råder brist på transparens i Systembolagets urvalsprocess. Därutöver anser leverantören att leverantörers reella möjligheter till överprövning av Systembolagets beslut genom Alkoholsortimentsnämnden är begränsade.

Systembolaget anser att leverantörens inlägga är osaklig och saknar grund. Dels menar Systembolaget att skrivelsen innehåller ett stort antal faktafel gällande Systembolagets sortimentsarbete och inköpsrutiner. Vidare anser Systembolaget att det är felaktigt att påstå att Systembolaget självt "designar" produkter som görs till föremål för offertförfrågan. Enligt Systembolaget grundas offertförfrågningar alltid på ett underlag i form av omvärldsbevakning, kundundersökningar m.m. Det är också enligt Systembolaget ett felaktigt påstående att Systembolaget inför så specifika krav i offertförfrågningarna att endast ett fåtal leverantörer kan komma ifråga.

Konkurrensverket har inte hunnit analysera leverantörens skrivelse men kommer att återkomma till saken i nästa rapport till kommissionen, i december 2013. Systembolaget kommer att få tillfälle att utveckla sina synpunkter på skrivelsen. Systembolaget uppger redan nu att man avser att till Konkurrensverket lämna en utförlig redogörelse för bolagets sortimentsarbete och inköpsrutiner.

### 4.3 Logistikkostnader

Under hösten 2012 mottog Konkurrensverket från leverantörer synpunkter på vissa ändringar gällande fördelningen av logistikkostnader som Systembolaget genomfört i samband med införandet av den nya sortimentsmodellen. Enligt leverantörerna innebär de ändrade bestämmelserna att åtminstone vissa leverantörer av artiklar i beställningssortimentet skulle behöva leverera avsevärt större volymer än tidigare för att slippa bära en mångdubblad logistikkostnad. Leverantörerna menar att det finns risk för att många av dem, framför allt små företag, inte kommer att klara av de kraftigt ökade kostnaderna. Konsekvensen kommer att bli att de inte kan leverera till Systembolaget varför, i förlängningen, kunderna får färre produkter att välja emellan när de ska handla på Systembolaget.

Systembolaget har undersökt frågan och gör bedömningen att logistikkostnaderna, i den mån de går att jämföra eftersom det rör sig om två olika sortimentsmodeller, kommer att vara ungefär desamma som tidigare eller till och med något lägre. Systembolaget delar därför inte leverantörernas uppfattning att den nya sortiments-

modellen skulle leda till kraftigt ökade logistikkostnader. Orsaken till att Systembolagets bedömning skiljer sig från leverantörernas är enligt Systembolaget bl.a. att leverantörerna i sina beräkningar inte har beaktat ett antal centrala parametrar som leder till minskade logistikkostnader samt att de, såvitt Systembolaget kan bedöma, utgått från felaktiga ingångsvärden avseende bl.a. utvärderingsperiodens längd.

Konkurrensverket har inlett en granskning av saken och för en dialog med Systembolaget och leverantörerna.

## 5 Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har bl.a. till uppgift att överpröva Systembolagets beslut varigenom Systembolaget avvisat en alkoholdryck eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment (inklusive beställningssortimentet).

Alkoholsortimentsnämnden fick under år 2012 in 13 ärenden rörande avslagsbeslut respektive avvisningsbeslut från Systembolaget. Nämnden avgjorde sju ärenden under perioden. Två ärenden avskrevs sedan klaganden återkallat sin begäran om överprövning. I tre ärenden lämnade nämnden överklagandet utan bifall eftersom de aktuella offerterna var behäftade med fel. En begäran om överprövning lämnades utan bifall eftersom de aktuella produkterna inte motsvarade de i offerten angivna kraven. I ett ärende biföll nämnden begäran om överprövning av Systembolagets beslut. Nämnden gjorde bedömningen att utformningen av etiketten på den aktuella produkten inte stred mot alkohollagens föreskrifter om marknadsföring av alkoholdrycker. En ledamot anmälde avvikande mening.

## 6 Försäljning och konsumtion av alkohol

### 6.1 Systembolagets försäljning

#### 6.1.1 Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställningssortiment

Under år 2012 fördelade sig Systembolagets totala försäljning om cirka 31,3 miljarder kronor (inklusive moms) enligt följande.<sup>18</sup>

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel	Förändring (jfrt m 2011)
Brännvin	1 958 849	6,2%	-1,7%
Övrig sprit	4 875 271	15,5%	+1,0%
Starkvin	560 147	1,8%	-2,3%
Vin exkl starkvin	15 675 136	50,0%	+3,6%
Starköl	7 174 872	22,9%	+4,2%
Cider, blanddryck	858 756	2,7%	-2,4%
Alkoholfritt	105 049	0,3%	+40,0%
Torra varor/ospec	127 865	0,4%	-0,4%
<b>SUMMA</b>	<b>31 335 944</b>	<b>100%</b>	<b>+2,8%</b>

Försäljningen var fördelad på olika sortiment enligt följande.

- Fast sortiment 95,2 procent
- Tillfälligt sortiment 2,9 procent
- Beställningssortiment 1,4 procent
- Privatimportservice 0,1 procent

Den 31 december 2012 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2 395 artiklar (17,0 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 452 artiklar (3,2 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 11 242 artiklar (79,8 procent av antalet artiklar)

En genomsnittlig Systembolagsbutik hade sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment under en genomsnittlig månad år 2012.

- Fast sortiment 1 242 artiklar (85,8 procent av antalet artiklar, 95,6 procent av försäljningen)
- Tillfälligt sortiment 104 artiklar (7,2 procent av antalet artiklar, 2,9 procent av försäljningen)
- Beställningssortiment 101 artiklar (7,0 procent av antalet artiklar, 1,4 procent av försäljningen)

<sup>18</sup> Källa: Systembolaget



Under år 2012 listades totalt 4 281 nya artiklar i beställningssortimentet. 109 artiklar kvalificerade sig från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet.<sup>19</sup> Den 31 december 2012 fanns 560 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 328 Systembolagsbutiker tack vare att det fanns en dokumenterad efterfrågan på produkterna.<sup>20</sup>

Under år 2012 avlistade Systembolaget totalt 282 artiklar från det fasta sortimentet. Som ett resultat av den utvärdering som ägde rum i januari 2012 avlistades 121 artiklar eftersom de inte uppnått den minibidragsgräns som krävdes för fortsatt listning enligt Systembolagets Allmänna Villkor. Resterande 109 artiklar avlistades av samma anledning efter utvärderingen i juli 2012. Härutöver har 49 avlistats under året på leverantörens egen begäran. I samband med säljstartsprovning har Systembolaget på grund av kvalitetsproblem sagt upp inköpsavtalet för tre artiklar som skulle ha lanserats i det fasta sortimentet.

### 6.1.2 Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice

Utöver det centralt tilldelade sortimentet har Systembolagsbutikerna möjlighet att ta hem ytterligare artiklar som "lokalt val". De produkter en butik själv får välja ska tas från det fasta och/eller det tillfälliga sortimentet. Som huvudregel har tidigare gällt att antalet lokalt valda artiklar inte ska överstiga 50 stycken. Med den nya sortimentsmodellen finns dock inte någon sådan övre gräns. Kundefterfrågan och tillgängligt hyllutrymme per varukategori kommer att avgöra hur många sådana artiklar som kan lagerföras på varje enskild butik. Under år 2012 utgjorde försäljningen av lokalt valda artiklar 5,2 procent av butikernas totala försäljning.<sup>21</sup> Antalet lokalt valda artiklar var 3 929. Av dessa kom 67,1 procent från det fasta sortimentet och stod för 86,9 procent av försäljningen av de lokalt valda artiklarna. 15 procent kom från det tillfälliga sortimentet och stod för 6,2 procent av försäljningen. 17,9 procent kom från beställningssortimentet och stod för 6,8 procent av försäljningen.

Det kommer också även fortsättningsvis att vara möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter i beställningssortimentet att, efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor, lagerföra produkter i de tre närmast belägna Systembolagsbutikerna, d.v.s de butiker som är närmast belägen produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, ska också tillverkare av alkoholdrycker vars produktionsanläggningar är belägna i andra länder, men nära en Systembolagsbutik, kunna lagerföras i de lokala Systembolagsbutikerna. Skälet till att lokalt producerade produkter lagerförs i butik är att Systembolagets försäljningsstatistik visar att sådana produkter generellt sett har en betydligt högre lokal konsumentefterfrågan än jämförbara konkurrerande produkter som inte är lokalt

<sup>19</sup> Motsvarande siffror för år 2011 var 3 599 respektive 77.

<sup>20</sup> Motsvarande siffror för år 2011 var 44 respektive 75.

<sup>21</sup> Motsvarande siffra för år 2011 var 4,3 procent.

producerade. Möjligheten att lagerföra produkter med dokumenterad lokal kundefterfrågan gäller samtliga artiklar i beställningssortimentet, d.v.s. regeln har inte tagits fram specifikt för lokalt producerade produkter. Under år 2012 utgjorde försäljningen av lokalt producerade artiklar 0,19 procent av butikernas totala försäljning. De 31 december 2012 fanns det 488 lokalt producerade artiklar lagerförda i 198 butiker.<sup>22</sup>

Systembolaget har uppgett att man kommer att förbättra sina rutiner genom att centralt följa upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte tillhör respektive butiks sortimentsmix. Om sådana artiklar visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring kommer de att lagerföras på aktuell butik, oavsett artikelns sortimentstillhörighet. Alla beställningar (via butik eller Internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd per butik. Muntliga förfrågningar som inte leder till köp kan registreras på artikelnivå i butikens kundservicesystem av personalen och tas med i beräkningen av vilka artiklar som bör lagerföras på den enskilda butiken utan att kunden behöver fylla i något formulär e.d.

Antalet förfrågningar till Systembolaget om privatimport har inte blivit färre efter den 1 juli 2008 då det klargjordes att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl är tillåten. Under år 2012 tog Systembolaget emot 14 837 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 7 133 (48 procent) till att köp gjordes.<sup>23</sup> Systembolaget avser för närvarande inte att göra några förändringar av sin privatimportservice.

## 6.2 SoRADs rapportering

SoRAD har regeringens uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige. Detta har SoRAD gjort sedan juni år 2000, inom ramen för det s.k. Monitorprojektet. SoRADs kartläggning bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av oregistrerad alkohol (privatinförsel, smuggling, hemtillverkning samt internethandel). Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av en löpande frågeundersökning där 1500 slumpmässigt utvalda invånare (16-80 år) blir intervjuade om sina alkoholköp varje månad. Sedan november 2010 innefattas även ett slumpmässigt urval om 200 personer (16-34 år) med mobiltelefonabonnemang. En översyn av de metoder som används för att beräkna den oregistrerade alkoholkonsumtionen gjordes under år 2011. SoRAD har därefter gjort vissa ändringar i sitt beräkningssätt.

---

<sup>22</sup> Motsvarande siffror för år 2011 var 327 respektive 147.

<sup>23</sup> Motsvarande siffror för år 2011 var 13 977 respektive 5 992 (42,8 procent).

### 6.2.1 Den totala alkoholkonsumtionen<sup>24</sup>

Enligt SoRAD drack en vuxen svensk i genomsnitt 5 liter sprit, 30 liter vin, 50 liter starköl, 15 liter folköl och 3 liter cider/blanddryck under år 2012. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige år 2012 fördelades på olika kanaler enligt följande (anges i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre).

	2010	2011	2012	<i>andel 2012</i>
Systembolaget	5,81	5,84	5,77	62,6%
Restauranger	0,93	0,92	0,96	10,4%
Folköl	0,59	0,56	0,52	5,6%
Resandeförsel	1,45	1,46	1,31	14,2%
Smuggling	0,50	0,36	0,48	5,2%
Hemtillverkning	0,22	0,19	0,10	1,0%
Internet	0,05	0,05	0,06	0,6%
<b>SUMMA</b>	<b>9,55</b>	<b>9,38</b>	<b>9,21</b>	<b>100%</b>

Den totala alkoholkonsumtionen minskade med 1,8 procent år 2012 jämfört med året innan och har minskat kontinuerligt sedan år 2004 då den låg på motsvarande 10,5 liter ren alkohol per invånare och år. Systembolagets andel av försäljningen var 62,6 procent år 2012 vilket kan jämföras med 62 procent år 2011 och 60,8 procent år 2010. En ökning har alltså skett.

### 6.2.2 Alkoholdrycker beställda via internet

Internethandeln har enligt SoRADs beräkningar varit liten de senaste åren, cirka 0,6 procent av den totala alkoholkonsumtionen år 2012 och cirka 0,5 procent under åren 2009-2011. Den varukategori som det köptes mest av via internet år 2012 var vin, som utgjorde 61 procent av inköpen (beräknat på volym, omräknat till ren alkohol). Sprit stod för 29 procent och starköl för 8 procent. År 2009 stod vininköpen för 21 procent varefter en stadig ökning skett. För sprit har andelen varierat mellan 29 och 43 procent under åren 2009-2012.

Andelen av befolkningen (15 år och äldre) som köpt alkohol via internet de senaste tolv månaderna var 1,15 procent år 2012, vilket kan jämföras med 1,23 procent år 2011, 0,65 procent år 2010 och 0,53 procent år 2009. Siffran har alltså ökat sedan år 2009.

Den genomsnittliga beställningsmängden vid det senaste beställningstillfället via internet, uttryckt i ren alkohol, uppgick till 3,7 liter år 2012 vilket kan jämföras med 3,6 liter år 2011, 5,5 liter år 2010 och 3,7 liter år 2009.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Källor: "Tal om alkohol 2012" (forskningsrapport från SoRAD), samt "Internetalkohol - en kartläggning av självrapporterade alkoholbeställningar via Internet 2004-2012" (forskningsrapport från SoRAD). Obs! Siffrorna för år 2012 är preliminära. Vissa uppgifter är även tagna från Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2012.

Andelen av dem som beställer alkoholdrycker via internet som även handlar på Systembolaget är 66 procent. År 2009 var motsvarande siffra 75 procent.

SoRAD konstaterar att den internetbeställda alkoholen fortfarande utgör en mycket liten del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige.

---

<sup>25</sup> Avser mängden alkohol utslaget på hela befolkningen (15 år och äldre).

## 7 Sammanfattande kommentar

Systembolaget har utarbetat en ny sortimentsmodell och börjat implementera denna under hösten 2012. Förändringarna genomförs stegvis och modellen avses vara fullt införd i början av hösten 2013. Den nya sortimentsmodellen syftar enligt Systembolaget till att bättre anpassa sortimentet efter kundbehovet. Genom ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, och genom införande av flera sortimentsmixar och tätare sortimentsskiften, vill Systembolaget skapa större flexibilitet för kunderna. För leverantörerna innebär den nya modellen fler tillfällen och möjligheter att kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet. Stegen mellan olika distributionsnivåer blir lägre, och införandet av viktning för marknadstäckning innebär att artiklar inte enbart kommer att utvärderas efter sin nominella försäljning utan efter sin faktiska säljstyrka genom att vid utvärdering och rankning viktas upp utifrån sin marknadstäckning. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen uttryckt att verket anser att det är bra från konsumentens synpunkt att Systembolaget har som mål att i högre grad anpassa sitt utbud efter konsumenternas behov och önskemål. Konkurrensverket har också uttryckt sig överlag positivt över de förändringar som berör leverantörerna och över att Systembolaget i sin process med den nya sortimentsmodellen för en dialog med leverantörerna. Kritik mot modulsystemet i den gamla sortimentsmodellen har kommit från flera leverantörer, och Konkurrensverket ser positivt på att Systembolaget nu förändrar detta. Vad gäller artiklar i modul T9 har Konkurrensverket varit kritiskt till att artiklar i denna modul som inte varit placerade på butik under en tid haft begränsade möjligheter att nå ut till konsumenterna eftersom introduktionen i Systembolagets e-beställningstjänst blev fördröjd. Konkurrensverket konstaterar nu att artiklar i T9 går att beställa via e-beställningstjänsten men noterar att Systembolaget saknar en funktion för restnoteringar i sitt e-beställningssystem. Enligt Konkurrensverkets bedömning kan avsaknaden av en sådan funktion medföra att konsumenternas efterfrågan inte får fullt genomslag. Systembolagets analyser inkluderar inte beställningar som inte kunnat tas emot på grund av att ett lagersaldo är noll vilket innebär att analyserna görs på ofullständig information. Det finns därmed en risk för att de prognoser över framtida försäljning som görs av Systembolaget blir missvisande. I förlängningen kan detta få negativa effekter på konkurrensen. Det klagomål som inkommit till Konkurrensverket beträffande Systembolagets avsaknad av funktion för restnoteringar kommer dock inte att behandlas vidare av Konkurrensverket. Ärendet ligger nu hos kommissionen.

Vad avser det klagomål som gäller Systembolagets strategiska lanseringar av volymviner i det ordinarie sortimentet har Konkurrensverket ännu inte hunnit analysera skrivelsen. Konkurrensverket kommer att återkomma till saken i sin nästa rapport till kommissionen, i december 2013.

Gällande de synpunkter som Konkurrensverket mottagit från leverantörer angående fördelning av logistikkostnader för Konkurrensverket en dialog med Systembolaget och leverantörerna i denna fråga.

Konkurrensverket kommer att följa och rapportera om den nya sortimentsmodellen i framtida rapporter till kommissionen. Utgångspunkten för Konkurrensverket är att Systembolaget alltid ska applicera principerna om likvärdig tillämpning av objektiva och transparenta inköps- och försäljningsvillkor.

I november 2012 inledde Systembolaget sin försöksverksamhet med hemleveranser på ett antal orter i Sverige. Försöket ska utökas gradvis under innevarande år och pågå en längre tid. Vid tidpunkten för författandet av denna rapport är det för tidigt att kunna se några resultat av hemleveransförsöket eller dra några säkra slutsatser. Försöket kommer att granskas av alkoholforskare och en utvärdering med avseende på eventuella konsumtionsförändringar kommer att göras. Konkurrensverket avser att följa och rapportera om hemleveransverksamheten i kommande rapporter till kommissionen.

Privatpersoners internethandel med alkoholdrycker har varit föremål för en livlig debatt i media under en längre tid. Samtidigt kan Konkurrensverket konstatera att internethandelns andel av den totala alkoholförsäljningen enligt SoRAD fortfarande är mycket liten. År 2012 utgjorde den, enligt SoRADs preliminära beräkningar, endast cirka 0,6 procent av den totala alkoholförsäljningen. Även andelen av befolkningen som köper alkohol via internet är låg, år 2012 låg den enligt SoRAD på 1,15 procent.

De senaste åren har antalet företag som erbjuder svenska konsumenter att beställa alkoholdrycker från andra EES-länder via internet, och ombesörjer hemleverans av dessa drycker, ökat. Kritikerna menar att detta, samt det faktum att andelen av befolkningen som köpt alkohol via internet har ökat, utgör ett hot mot Sveriges restriktiva alkoholpolitik och folkhälsan. Internetaktörerna, å sin sida, har framfört kritik mot Systembolagets nyligen påbörjade försök med hemförsäljning som de menar radikalt har förändrat konkurrensförutsättningarna till internetaktörernas nackdel.<sup>26</sup> I sammanhanget noterar Konkurrensverket att åklagare, efter IOGT-NTOs anmälan i november 2011, beslutade att inleda förundersökning av ett antal privata internetaktörer under hösten 2012. Resultatet av åklagarens utredning och eventuell domstolsprövning kan få implikationer på konkurrensen vad gäller handeln med alkoholvaror. Mot bakgrund av detta samt att relativt lång tid förflutit sedan IOGT-NTOs anmälan gjordes, finner Konkurrensverket det beklagligt att åklagaren ännu inte fattat beslut om eventuellt åtal alternativt avskrivning. Vidare noterar Konkurrensverket att regeringen tillsatt en utredning för att undersöka hur

---

<sup>26</sup> Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2012, sid 16.

tillsyn av internethandel med alkoholdrycker och hemleveranser av dessa bör bedrivas.<sup>27</sup>

Konkurrensverket kommer att följa och redogöra för utvecklingen av Systembolagets hemleveranser, åklagarens utredningar, den av regeringen tillsatta utredningen samt anknytande frågor i kommande rapporter till kommissionen.

---

<sup>27</sup> Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2012, sid 17-18.

